



Mercosul: bloco econômico nas páginas da Gazeta do Povo¹

Amanda Milléo ALMEIDA²

Sérgio Luiz GADINI³

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

RESUMO

Esta pesquisa visa identificar os principais temas e enfoques abordados pelo jornal Gazeta do Povo ao tratar do bloco econômico Mercosul, no período de 2005 a 2009. A partir da agenda de acontecimentos de interesse do Mercosul, a pesquisa utiliza recursos técnicos quantitativos e qualitativos de investigação. O conceito de enquadramento ou *framing* integra a pesquisa, como também o método de análise de conteúdo, que devem indicar a presença (ou ausência) de determinadas características em um recorte ou fragmento da realidade produzida pelo Jornalismo. A temática dos textos que trazem o Mercosul, bem como as principais fontes consultadas apresentam tais enfoques editoriais utilizados pelo jornal ao tratar do bloco econômico.

PALAVRAS-CHAVE: Mercosul na mídia; enquadramento editorial; agendamento temático.

Introdução

Quando questionado sobre sua percepção a respeito do bloco econômico Mercosul, o Ministro Carlos Átila, integrante da Delegação Brasileiras nas negociações na década de 60, afirma: “a minha visão é bastante positiva” (2010). Em 1991, por meio da assinatura do Tratado de Assunção, origina-se o bloco econômico do Cone Sul, ou, o Mercosul. No entanto, o bloco econômico tem suas origens muito antes da década de 90 e, de acordo com Átila (2010), é fantástico ver como o Mercosul evoluiu. “Em matéria de integração física, as estruturas dos países; integração dos transportes: no início da década de 60, um caminhão brasileiro não podia entrar na Argentina”, exemplifica Átila. Formado inicialmente apenas por Paraguai, Uruguai, Brasil e Argentina, o bloco conta hoje também com a presença, enquanto Estados Associados, do Chile, Bolívia, Peru, Colômbia e Equador. A Venezuela ainda se encontra como Estado Parte em Processo de Adesão, no aguardo do aval do Paraguai.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Jornalismo da UEPG, email: amandamilleo@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UEPG, email: sergiogadini@yahoo.com



Em 2009, dos 41 textos informativos que traziam o Mercosul como tema central na *Gazeta do Povo*, 18 estavam na editoria de Vida Pública. Destes, a maioria tratava da votação no Senado brasileiro pela entrada efetiva da Venezuela no bloco econômico. Por exemplo, a notícia do dia 16 de dezembro de 2009, “Aprovada a entrada da Venezuela no Mercosul”, editoria: Vida Pública. Neste texto, foram utilizadas cinco fontes, todas oficiais: presidente da Venezuela, Hugo Chávez; presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva; senador José Sarney (PMDB – AP); senador Tasso Jereissati (PSDB – CE) e o líder do governo no Senado, Romero Jucá (PMDB- RR). Dos outros 15 textos daquele ano, pertencentes à editoria de Mundo, alguns apresentavam o presidente venezuelano, Hugo Chávez, como personagem central. Por exemplo, a notícia do dia 24 de agosto de 2009, “Postura de Chávez complica Mercosul”, editoria: Mundo. As fontes utilizadas nesta notícia foram o ex-chanceler do presidente do Paraguai, Fernando Lugo, atual assessor em assuntos internacionais e candidato a embaixador em Caracas, Alejandro Hamed, e uma fonte que pediu para não ser identificada, apresentada no texto apenas como “um ministro do governo do ex-presidente paraguaio Nicanor Duarte”.

Esta pesquisa busca identificar os espaços e os focos editoriais que a *Gazeta do Povo* oferece ao tema Mercosul, no período de 2005 a 2009, a partir do método de Análise de Conteúdo juntamente com o conceito de Enquadramento. Ao apresentar a editoria que cada texto se encontra, quantidade e classificação das fontes, bem como o número de colunas que ocupa, página e posição na mesma, é possível apontar os principais aspectos que norteiam a divulgação do Mercosul para o Paraná e a valorização do bloco econômico entre a mídia paranaense.

Contexto do Mercosul

Após a Guerra Fria, a criação de blocos regionais com o objetivo de fortalecer as economias surgiu em diversas partes do mundo. Criada a partir do Tratado de Roma em 1957, a Comunidade Européia (CE) representou os primeiros tratados econômicos pós-guerra (MAGNOLI, 1997).

Dentro da noção de blocos econômicos, Magnoli separa quatro tipos de tratados. As Zonas de Livre Comércio, as Uniões Aduaneiras, o Mercado Comum e, finalmente, a União Econômica e Monetária. O Mercosul vai além de uma zona de livre comércio. No entanto, ainda não conseguiu adequar seus países a uma união aduaneira (MAGNOLI, 1997). Ou seja, entre os países que o compõem há acordos para eliminar



restrições tarifárias, e não tarifárias, e a economia de cada país membro foi exposta à concorrência externa, para estimular a própria concorrência. Porém, o Mercosul ainda não atingiu a União Aduaneira completa porque não foram eliminadas as restrições alfandegárias e nem se fixou uma Tarifa Externa Comum (TEC) sem exceções entre os países, mesmo que o assunto tenha sido discutido diversas vezes nas reuniões de Cúpula dos Estados Membros, sendo a última ocorrida em dezembro de 2009, sob a presidência do Uruguai.

Em 1991, quando foi assinado o Tratado de Assunção, origem do Mercosul, dentre os objetivos havia a “inserção competitiva dos países nos mercados mundiais, a promoção de economias de escala e a ampliação do comércio e os investimentos” (RUIZ, 2007). Magnoli (1997) concorda com Ruiz e complementa que o Mercosul surgiu de motivações políticas. “Tratava-se de romper o padrão de rivalidade histórica entre o Brasil e a Argentina” (p. 05). No entanto, Magnoli apresenta o bloco econômico como uma resposta às iniciativas norte-americanas de se desenvolver um projeto de uma “zona hemisférica de livre comércio negociada nos termos de Washington”. Tais iniciativas formariam o “alicerce para as negociações futuras da zona hemisférica proposta pelos Estados Unidos”, (MAGNOLI, 1997, p.05). Para Ruiz,

O Mercosul não foi só mercado. A tradição intervencionista brasileira não o permitiu, apesar de Collor e Menem. Em vez disso, foi um híbrido no qual ademais a intervenção não sempre se baseou na busca de idéia de solidariedade, o que explica seu pobre desempenho no tratamento das assimetrias ou a ausência de uma agenda social (2007, p. 193).

Durante os dois primeiros períodos do bloco, de 1991 a 1994 e de 1995 a 1998, a economia dos países membros apresentou significativo avanço, especialmente na integração comercial, atingindo os fins propostos relacionados com a liberalização do comércio intra-regional. Ainda assim, na coordenação macroeconômica, o bloco não formou o Mercado Comum do Sul. Este era a principal finalidade do Tratado de Assunção (PAMPLONA, FONSECA, 2008). Exemplo deste avanço foram os aumentos na exportação do Paraná para o Mercosul de 1991 até 1996.

Dentro do Brasil, o estado de grande importância e relação com o bloco econômico é o Paraná. De acordo com Eugênio de Jesus e Ferrera de Lima, o Paraná é o “maior centro geográfico do mercado consumidor brasileiro com o Mercosul” (2001, p. 30). Para os autores, o estado, desde a assinatura do Tratado de Assunção, que originou o bloco econômico, até o ano de 1996, ampliou as exportações para o Mercosul em 245% (p. 31). Ainda neste primeiro período, em 1993, as exportações entre o Paraná e o



bloco econômico, bem como entre o Brasil e o Mercosul, dobraram com relação a 1991. Entre o Brasil e o Mercosul, a taxa passou de 7,3% a 14%. Entre o Paraná e o Mercosul passou de 7,2% para 14,9% (JESUS;LIMA, 2001, p. 33).

No período de 1995 a 1998, com a implementação da Tarifa Externa Comum (TEC) em 1995, surgiu uma “União Aduaneira imperfeita”, devido às exceções às tarifas que os países membros mantêm. Os terceiro e quarto períodos foram caracterizados por crises nos dois países de maior influência no bloco, Brasil e Argentina, além de deficiências no desenvolvimento da integração social (PAMPLONA; FONSECA, 2008). O período entre 1999 a 2003 envolveu as crises de 1998 e 2001 e originou conseqüências reais para os países membros. Em 1998, houve a desvalorização do Real no Brasil e, em 2001, a Argentina sofreu a crise econômica. A partir disso, vários acordos foram estabelecidos entre os dois principais países. Através do Consenso de Buenos Aires, em 2003, cria-se a agenda social no Mercosul (RUIZ, 2008). Segundo Ruiz,

uma das maiores limitações do Mercosul como modelo de integração é a ausência de uma agenda social. E isto é lógico de compreender, já que as forças sociais que participaram no processo de formação de preferências foram os empresários, especialmente aqueles com uma orientação internacional (...) Isto se expressou numa sorte de falta de dolentes do Mercosul no seio dos movimentos sociais e organizações não governamentais (2008, p. 200).

Izerrougene (2008) destaca que os países membros do Mercosul não podem deixar de lado a dimensão social e o fortalecimento institucional. Para isso, o autor aponta que os desafios à integração social no bloco se encontram dentro dos próprios direitos fundamentais do homem, como o princípio da equidade, universalidade, participação, descentralização, direito à saúde, à educação, à segurança, à moradia, à assistência e seguridade social. Cada um desses direitos requer intervenção pública. No entanto, Ruiz relembra que as dificuldades pelas quais o bloco econômico passou não foram totalmente superadas e propor novas etapas pode fazer com que o Mercosul sofra retrocessos. Como, por exemplo, as assimetrias entre os países membros e a falta de uma política concreta de união aduaneira. Para o autor, é necessário “revisar o modelo de integração para avançar ‘além do comércio’”, ou seja, crescer socialmente (RUIZ, 2008).

“A informação assume um papel, praticamente, totalizante sobre o indivíduo, constrói realidades, gera mudanças culturais e na maneira de organizar de conceber a vida em geral” (SANT’ANNA apud DUPAS, 2006, p. 13 e 14).

Relação e interferência das agendas no conteúdo midiático

A pesquisa utilizará recursos técnicos quantitativos e qualitativos de investigação. Para isso, será feita uma análise de conteúdo e do enquadramento editorial partindo da agenda de acontecimentos de interesse do Mercosul como critério de notícia. De acordo com Sádaba (2007), a concepção dos temas supõe uma delimitação da realidade segundo um sujeito (neste caso, de acordo com os eventos que afetam o bloco econômico), da mesma forma que uma moldura define seu conteúdo pictórico isolando do resto do painel (p. 75). A autora também aponta que, através da teoria de *agenda-building*, a construção das agendas (política, pública e midiática) é o lugar mais propício para o uso do *framing*, ou enquadramento (p. 76).

De acordo com Sádaba, a *agenda-building* “considera que os efeitos da agenda dos meios variam dependendo de como se apresentam as notícias” (2007, p. 80). Dessa forma, a pesquisa se baseia na teoria da *agenda-building*, buscando verificar como as agendas política, pública e, principalmente, os acontecimentos de interesse do Mercosul influenciam a agenda midiática. No caso, a *Gazeta do Povo* no período de 2005 a 2009. Para isso, o agendamento temático se relaciona com o recorte da realidade, o enquadramento ou *framing*.

Para Hohlfeldt (1997), dependendo dos assuntos abordados pela mídia, o público, a médio ou a longo prazo, os inclui em suas preocupações. E, assim, a teoria da *agenda-setting* apresenta que a “agenda da mídia termina por se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social” (p. 44). O objetivo da pesquisa é visualizar como as demais agendas estão presentes na midiática a partir de um recorte, que é o enquadramento. Para isso, a teoria da *agenda-building*, apresentada por Melo, é “o processo através do qual as demandas dos diversos grupos da população são transformadas em assuntos que disputam a atenção das autoridades públicas” (2007, p. 2).

Assim como Sádaba, Paula Melo relaciona as três (principais) agendas quando trata da *agenda-building*. A agenda pública, política e a midiática. Através de Cobb, J. Ross e M. Ross, a autora expõe as características das agendas. A pública é formada pelo conjunto de temas que atingiram “alto nível de interesse público e de visibilidade” (2007, p. 3). A segunda agenda forma-se a partir de “itens concretos que são assunto de trabalho e consideração por parte de um corpo institucional de tomada de decisão” (2007, p.3). A agenda política é exemplificada pelos calendários legislativos da Câmara ou Senado Federal, programas de um governo, entre outros. A construção de agenda



possibilita identificar como um determinado tema se tornou digno de atenção de uma política, ganhando status de agenda (2007, p. 5). Sádaba reforça a importância da relação entre as agendas, e como não se pode utilizar uma única agenda como variável independente. “(...) a direção da agenda dos meios nem sempre leva a agenda pública, mas, às vezes, a agenda pública é a que se introduz na dos meios com o objetivo de ingressar na agenda política” (2007, p. 81).

No entanto, na atual pesquisa, a própria agenda torna possível verificar quais temas receberam a atenção de um meio de comunicação, seja por conta de um calendário, que une o caráter de interesse público com a visibilidade. E, assim, faz-se necessário o uso do método de análise de conteúdo para descrever o conjunto de técnicas de análise das comunicações, método este que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (BARDIN, 1977, p. 38).

Método de Análise de Conteúdo

De acordo com Godoy, o método de análise de conteúdo pode ser utilizado em qualquer meio de comunicação que vincule um conjunto de significações de um emissor a um receptor. Tal proposta metodológica “parte do pressuposto que por detrás do discurso aparente, esconde-se outro sentido que convém descobrir” (SILVA, GOBBI, SIMÃO, 2004, p. 74).

McQuail também utiliza esta idéia quando diz que não é exagero afirmar que “os aspectos mais interessantes do conteúdo dos meios não são as mensagens explícitas, mas significados relativamente escondidos e incertos, presentes nos seus textos” (2003, p. 308). E, para além do significado das mensagens, as intenções do método de análise são os conhecimentos que advêm do conteúdo. O interesse, de acordo com Bardin, “não reside na descrição dos conteúdos, mas sim no que estes nos poderão ensinar após serem tratados” (1977, p. 38).

Outra questão relativa à análise de conteúdo é que não se deve utilizar seus resultados como únicos indicadores. Isso se deve a complexidade da linguagem dos meios, as quais são ‘parcialmente compreendidas’ (2003, p. 329). No entanto, Bardin alega que mesmo que não se possa utilizar os resultados como provas inelutáveis, ainda assim, o resultado é uma ilustração que permite corroborar, ainda que de forma parcial, as hipóteses (1977, p. 81). Segundo Kientz (1973), a análise de conteúdo é apenas um instrumento e nunca “um fim em si” (p.161). Assim,

“Se ela confere rigor e objetividade à pesquisa, a sua utilização requer, em contrapartida, um investimento importante de tempo e energia para a execução de operações freqüentemente longas e monótonas, que consistem em contar palavras, linhas, colunas, calcular as superfícies em cm², porcentagens, correlações, etc. É uma técnica onerosa” (1973, p.161).

A classificação do método é apresentada por McQuail de acordo com os principais objetivos ao se analisar o conteúdo dos meios. Há a descrição e comparação da produção midiática; comparação dos meios com a ‘realidade social’; o conteúdo dos meios como reflexo dos valores e crenças sociais e culturais; as funções e efeitos dos meios; avaliação do desempenho dos meios; avaliação das tendências organizacionais; análise das audiências e a questão de gêneros midiáticos, análise textual e do discurso, análise da narrativa e outros formatos (2003, p. 309 e 310).

Segundo Bardin, a análise de conteúdo possui duas funções e características principais. A primeira trata da função heurística: a análise de conteúdo “enriquece a tentativa exploratória e aumenta a propensão à descoberta” (1977, p. 30). Já a segunda, refere-se à administração da prova, pela qual, hipóteses, sejam em forma de questões ou afirmações provisórias, servem de “diretrizes apelando para o método de análise de uma confirmação ou de uma infirmação. É a análise de conteúdo ‘para servir de prova’” (1977, p. 30).

A partir da segunda função, a análise de conteúdo é utilizada não somente para investigações quantitativas, mas também é possível aplicar o método na investigação qualitativa, que é o proposto nesta pesquisa. Capelle, Melo e Gonçalves apresentam a posição de Minayo que destaca a dupla utilidade do método e atribui a importância da análise de conteúdo na tentativa de impor um “corte entre as intuições e as hipóteses que encaminham para interpretações mais definitivas, sem, contudo se afastar das exigências atribuídas a um trabalho científico” (2003, p. 04).

A sequência básica do método de análise de conteúdo, apresentada por McQuail (2003, p. 330), inicia-se com a escolha do universo ou amostra de conteúdo. O segundo ponto é o estabelecimento de um esquema de categorias de referentes externos relevantes para as finalidades do estudo. Em seguida, a escolha de uma ‘unidade de análise’ do conteúdo. A correspondência entre o conteúdo e o esquema de categorias se dá pela contagem de frequência das referências aos itens relevantes do esquema, por unidade escolhida de conteúdo, caracterizando a quarta etapa. Por fim, o quinto passo é a apresentação dos resultados como distribuição global do universo ou da amostra de conteúdo escolhida em termos de frequência de ocorrência dos referentes procurados.

Bardin aponta que este método não possui regras pré-definidas. Dependendo do domínio e de acordo com os objetivos pretendidos, a análise deve ser reinventada. Claro que, após anos de investigações, estudos empíricos e interrogações metodológicas, hoje existe uma variedade em modelos que podem servir de inspiração para cada diferente pesquisa. A análise de conteúdo é, então, um conjunto de técnicas de análise das comunicações (1977, p. 31).

A abordagem apenas do conteúdo manifesto trata-se da terceira característica proposta por Kientz, e se resume em examinar a mensagem em si mesma. Como foi apresentado por Godoy (SILVA, GOBBI, SIMÃO, 2004), um dos objetivos da análise é verificar o que está oculto. Sendo assim, a exigência de abordar apenas o conteúdo manifesto “implica, unicamente, em que as extrapolações em direção dos conteúdos latentes devem-se apoiar nos conteúdos efetivamente observados” (KIENTZ, 1973, p.157). Para finalizar, a quantificação, a qual “visa a dar peso e rigor à análise, substituindo o que é apenas impressão inverificável por medidas precisas” (p. 157).

A aplicação utilizada na investigação qualitativa objetiva verificar a “presença ou ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é levado em consideração” (BARDIN apud SILVA, GOBBI, SIMÃO, 2004, p. 74). Ainda assim, a pesquisa não se restringe apenas a presença ou ausência de determinados temas, há também a simultaneidade de dois ou mais elementos, o que gera as relações os vínculos. Bardin observa que é preciso elencar “categorias de fragmentação”:

“(...) o analista, no seu trabalho de poda, é considerado como aquele que delimita as *unidades de codificação*, ou as de *registro*. Estas, de acordo com o material ou código, podem ser: a palavra, a frase, o minuto, o centímetro quadrado. (...) Quando existe ambigüidade na referenciação do sentido dos elementos codificados, necessário é que se definam *unidades de contexto*, superiores à unidade de codificação, as quais (sic) permitem, contudo, compreender a significação dos itens obtidos, repondo-os no seu contexto” (BARDIN, 1977, p. 36).

Categorias de análise

Bardin (1977) apresenta algumas etapas que devem ser seguidas na análise de conteúdo. A pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados obtidos e a interpretação dos mesmos. Dentro da primeira etapa, após a delimitação do universo de estudo, um ponto precisa ser resolvido. A referenciação dos índices e elaboração de indicadores.

O recurso das categorias, incluso na análise de conteúdo, é apresentado por Bardin como um “método taxionômico bem concebido para satisfazer os colecionadores preocupados em introduzir uma ordem, segundo critérios, na desordem aparente” (1977, p. 37). A partir disso, a categorização do texto de análise serve como uma classificação dos elementos de significação encontrados nas mensagens analisadas. Estes diferentes elementos são elencados segundo critérios susceptíveis de fazer surgir um sentido capaz de introduzir certa ordem. Portanto, “é evidente que tudo depende, no momento da escolha dos *critérios* de classificação, daquilo que se procura ou que se espera encontrar” (p. 37). A definição dos objetivos da pesquisa é apontada por Kientz como a primeira etapa da análise. Após verificar o que a pesquisa visa alcançar, é possível constituir o “corpus” do trabalho. É nesta etapa que se definem as categorias de análise.

A categorização pode ser separada pela semântica, ou seja, indicar temas, ou pelo nível lingüístico, através das palavras. Há ainda a junção entre estas duas ordens, no entanto, o critério de recorte na análise de conteúdo é sempre de ordem semântica (1977, p. 104). Dentro da pesquisa, a análise de conteúdo que melhor se enquadra é a partir dos temas, análise temática. Segundo Bardin,

fazer uma análise temática consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido. O tema, enquanto unidade de registo, corresponde a uma regra de recorte (de sentido e não da forma) que não é fornecida uma vez por todas, visto que o recorte depende do nível de análise e não de manifestações formais reguladas (1977, p. 105 e 106).

A partir de uma análise temática do texto, contagem de um ou mais temas ou itens de significação, percebe-se maior facilidade em identificar a frase, a categoria, dentro do discurso, como unidade de codificação. A orientação dos critérios de escolha e de delimitação é dada pela *dimensão* da análise, esta mesma determinada pelo objetivo pretendido (1977, p. 81).

As categorias encontradas no texto são também recortes da realidade. Dessa forma, os termos mais frequentes e que se destacam na análise do objeto delimitam o contexto e apresentam enfoques, *frames*, do objeto de análise. É possível, então, relacionar estas mesmas categorias com o conceito de enquadramento, ou *framing*, também utilizado na pesquisa. Assim, a partir das categorias do método, será apresentado o enquadramento dado pela *Gazeta do Povo* nos textos informativos que trazem o bloco econômico Mercosul como tema central, entre os anos de 2005 e 2009.

Enquadramento nos textos informativos da Gazeta do Povo

A moldura da realidade é organizada pelo jornalista, ou seja, ele opta por enquadrar um fato de uma determinada forma em detrimento de outra. E, assim, enfoca somente uma parte do todo, da realidade (LEAL, 2007, p. 2 e 3). O conceito de enquadramento é apresentado por Entman apud Leal (2007, p. 4). A partir da referência de que,

“enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito” (Entman, 1993, p.52).

Para Leal (2007, p. 02), a partir do conceito de Entman, o enquadramento noticioso é inerente à produção jornalística. As primeiras explicações dos *frames*, ou quadros, enfoques, marcos, são de Gaye Tuchman, as quais auxiliaram no desenvolvimento de várias investigações sobre o próprio enquadramento na década de 1980. Tuchman aborda o *framing* desde a “particularidade dos meios de comunicação ou, o que é mesmo, desde a criação das notícias, tendo em conta todo o processo informativo, as estruturas nas quais se desenvolve e as dinâmicas que gera” (SADABA, 2007, p. 85).

Segundo Sádaba, os estudos desenvolvidos a partir do *framing*, ou enquadramento, no âmbito da comunicação consideram os distintos enfoques das informações como parte essencial e legítima dos modos de comunicar. Estas diversas formas de abordagem se caracterizam como um contexto de pluralidade, o qual fornece uma riqueza cultural à sociedade. Assim, o conceito de enquadramento torna-se operacional e de forma natural no trabalho do jornalista (2007, p. 85).

A relação entre o conceito de enquadramento e as categorias do método de análise de conteúdo se percebe na escolha das próprias categorias e o enfoque que elas apresentam. Bardin cita que, através do tema, o recorte pode ser obtido pelo objeto ou referente, ou então por algum personagem, o qual também pode ser combinado com outras unidades de *registro* (1977, p. 106 e 107). Kientz explica que até a década de 1950, a análise de conteúdo se resumia em pesquisas quantitativas. A partir do momento que se verificava o contexto em que tais números eram encontrados, a frequência deixou de ter tamanha importância, dando lugar às ligações e conexões entre tais textos. “Este novo instrumento já não procura identificar as palavras, os símbolos, os temas, que ocorrem mais vezes numa mensagem, e, sim, pretende estabelecer quais são os vínculos que os unem mutuamente” (1973, p. 159).

Dessa forma, é possível unir as categorias da análise de conteúdo e do conceito de enquadramento. Porque, nesta pesquisa serão quantificados (frequência) os textos informativos que tratam do Mercosul em todo o jornal, e estes também serão qualificados pelo foco editorial de tais informações (a partir das fontes). A partir disso, as categorias de análise de conteúdo estarão vinculadas com o conceito de enquadramento.

O enquadramento a partir das fontes

Ao longo da pesquisa, o principal aspecto do enquadramento que será utilizado trata da presença e classificação das fontes nos textos informativos. Para Santos (2001), as fontes são agentes que o jornalista observa e entrevista, com o objetivo de obter informações e sugestões noticiosas (p. 95).

Pinto (2000) explica que as fontes “são pessoas, são grupos, são instituições sociais ou são vestígios – falas, documentos, dados – por aqueles preparados, construídos, deixados” (p. 278), as quais possuem certo interesse em determinados assuntos. Os jornalistas recorrem a determinados segmentos interessados no tema em questão para buscar as informações. Gomis apud Pinto (2000) afirma que, “se há notícias, isso se deve, em grande medida, ao fato de haver quem esteja interessado que certos fatos sejam tornados públicos” (p. 278 e 279).

A partir do conceito de enquadramento, as fontes encontradas ao longo da pesquisa passarão por uma tipificação e classificação, as quais auxiliarão na identificação das principais características que os textos informativos assumem quando trazem o Mercosul como tema central.

Segundo Pinto, as fontes são divididas de acordo com a sua natureza (pessoais ou documentais), origem (públicas/oficiais ou privadas), duração (episódicas ou permanentes); âmbito geográfico (locais, nacionais ou internacionais); grau de envolvimento nos fatos (primárias ou secundárias); atitude face o jornalista (ativas ou passivas); identificação (assumidas/explicitas ou anônimas/confidenciais) e segundo a metodologia ou estratégia de atuação (pró-ativas/reativas ou preventivas/defensivas) (2000, p. 279).

Santos (2001) amplia tal tipificação quando cita a classificação de Ericson *et al.* Dessa forma, as fontes poderiam ser separadas em: “jornalistas; porta-vozes de instituições e organizações governamentais; porta-vozes de instituições não governamentais; cidadãos individualizados” (p. 96). No entanto, para Santos, as fontes se dividem em três



categorias principais (p. 97). **Fontes Oficiais** (governo, instituições de caráter governamental ou privado, principais empresas), **Regulares** (empresas, associações, líderes de opinião, analistas) e **Ocasionais** ou **Acidentais**. “Para a fonte oficial ou regular, a notícia é muito importante, pois ajuda a ordenar o envolvimento organizacional” (ERICSON *et al* apud SANTOS, 2001, p. 97 e 98).

Estas tipificações e classificações auxiliarão na pesquisa para qualificar os dados encontrados. Por se tratar da análise do bloco econômico Mercosul, espera-se que as principais fontes encontradas sejam oficiais. Ou seja, são aquelas que provêm do Governo, institutos, empresas, associações, entre outros (PENA, 2006, p. 62). Até porque, relacionando com os temas da análise de conteúdo, o principal assunto que cerca os textos informativos da *Gazeta do Povo* sobre o Mercosul estão diretamente ligados a eventos de interesse do bloco econômico, como, por exemplo, as Reuniões de Cúpulas dos Estados Membros e Associados. A partir disso, e, da citação de Alsina, espera-se que as instituições de nível internacional e nacional (classificadas em oficiais), se sobreponham às fontes ocasionais ou testemunhais.

Mercosul na Gazeta

Até o momento, foram pré-analisados 105 textos informativos dos anos de 2008 e 2009 de todo o jornal *Gazeta do Povo*. Destes, 64 textos de 2008 e 41 textos de 2009. As principais editorias em que os textos apareceram foram: Mundo, Economia, Vida Pública, Vida e Cidadania. Em 2008, a editoria de Mundo aparece em primeiro lugar, com 45 matérias. Em 2009, a principal editoria foi Vida Pública com 18 textos. Isso se deve ao fato de que a discussão sobre a entrada da Venezuela no bloco teve repercussão ao longo de todo o ano.

Com relação às fontes, ao todo foram contabilizadas 241. Sendo 132 em 2008 e 109 fontes em 2009. Em ambos os anos, a maioria das fontes utilizadas são autoridades ou especialistas em determinado assunto, cientistas sociais ou políticos, além de prefeitos, governadores, deputados federais, estaduais, senadores, chanceleres, assessores, ministros e presidentes. Poucas matérias trouxeram alguma fonte ocasional ou acidental, como foi o caso da matéria do dia cinco de abril de 2008, “Fronteira quer abolir seguro carta-verde” (jornalista: Denise Paro. Editoria: Vida e Cidadania). Além do presidente da Frente Parlamentar, vereador Carlos Burdel e o Chefe de Operações, Ricardo Schneider, o texto informativo também trouxe a voz do motorista argentino, Ricardo Biesdorf.



Em 2008, dentre as 132 fontes encontradas, 109 são oficiais, 14 regulares, 2 ocasionais ou acidentais e apenas 7 documentais. Dentre os 64 textos informativos encontrados, 45 estavam na editoria de Mundo, 11 em Economia, 3 em Vida Pública e 5 em Vida e Cidadania. Ao todo, 25 textos ocupavam apenas uma coluna, 12 em duas, 7 em três, 10 em quatro colunas, 3 textos em cinco e, por fim, 7 textos em seis colunas, ocupando uma página inteira. Apenas 30 textos continham imagens ilustrativas (fotos ou infográficos).

Em 2009, dentre as 109 fontes, 91 são oficiais, 15 regulares, nenhuma ocasional ou acidental e apenas 3 documentais. Dentre os 41 textos informativos encontrados, 15 estavam na editoria de Mundo, 6 em Economia, 18 em Vida Pública, 01 em Vida e Cidadania e 01 em Outros. Ao todo, 11 textos ocupavam uma coluna, 07 ocupavam 2 colunas, 3 textos em 3 colunas, 9 textos em 4, dois textos em 5 colunas e apenas 6 textos ocupavam uma página inteira, com seis colunas. Apenas 18 textos continham imagens ilustrativas.

REFERÊNCIAS

ALSINA, M. R. **A Construção da notícia**. Tradução de Jacob A. Pierce. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70. Ano: 1977.

BARRETO, B. A. A. in FADUL, A.; GOBBI, M. C. **Mídia e Região na Era Digital. Comunicação no Mercosul: agendamento, desregulamentação e distorção da realidade**. São Paulo: Editora Arte & Ciência, 2006.

CAPELLE, M. C. A.; MELO, M. C. O. L.; GONÇALVES, C. A. **Análise de Conteúdo e Análise de Discurso nas Ciências Sociais**. Revista. V. 05. Ano: 2003.

CARLOSENA, M. A.; TORRICO, E.; MILLER, C. H.; AGUAYO, L. C.; URIBE, C. A.; FADUL, A.; ANDRADE, A.; GOBBI, M. C. in MELO, J. M. **O Mercosul na imprensa do Mercosul** in Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional. Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Universidade Metodista de São Paulo, 2000.

DUPAS in SANT'ANNA, F. **América Latina – um tema fora de pauta**. Uma análise sobre o papel da mídia impressa brasileira no processo de integração latino-americana. V Seminário Internacional Comunicação e Sociedade. Ano: 2006.

GOBBI, B.C.; SILVA, C. R.; SIMÃO, A. A. **O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método**. Ano: 2004.



HOHLFELDT, A. **Os estudos sobre a hipótese do agendamento.** *Revista Famecos* (Porto Alegre), 1997, v. 07, Pp: 42-51.

Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES). Disponível em <http://www.ipardes.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=86>
Acesso em: 31/05/2010.

IZERROUGENE, B. **O Desafio da Integração Social no Mercosul.** Caderno PROLAM. V. 01. Ano: 2009. Pp: 100 -112.

JESUS, E. in LIMA, J. F; PIFFER, M; PIACENTI, C. A (org). **O Prata e as controvérsias da Integração Sul-Americana.** Edunioeste. Ano: 2001.

KIENTZ, A. **Comunicação de massa.** Análise de Conteúdo. Editora Eldorado. Ano: 1973.

LAGE, N. A **Reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Editora Record, 6ª edição. 2006.

LEAL, P. M. V. **Análise de enquadramento noticioso na cobertura dos escândalos dos Sanguessugas:** uma abordagem do jornalismo político impresso. Ano: 2007. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/An%C3%A1lise_de_enquadramento_noticioso_na_cobertura_do_esc%C3%A2ndalo_dos_Sanguessugas:_uma_abordagem_do_jornalismo_pol%C3%ADtico_impresso>. Acesso em: 22/05/2010.

MAGNOLI, D. **Blocos Regionais e Globalização.** Globalização, Estado Nacional e espaço mundial. São Paulo. Ed. Moderna. Ano: 1997. Pp: 44-58.

MCQUAIL, D. **Teoria da Comunicação de Massa.** Ano: 2003.

MELO, J. A. de. **Comunicação Social: A Percepção da Mídia Imprensa Semanal Brasileira sobre a Argentina no Contexto do Mercosul: 1991 – 2001.** Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2003.

MELO, P. R. **A Perspectiva da Agenda-building e sua Construção para o Estudo das Agendas Política, Midiática e Pública** in 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2007.

Mercosul e União Europeia voltam às negociações comerciais (entrevista realizada pelo Programa Espaço Aberto do canal Globonews no dia 19 de maio de 2010 com o Presidente da Comissão de Relações Exteriores do Senado, senador Eduardo Azeredo e Ministro Carlos Átila, ex presidente do Tribunal de Contas da União e porta-voz da Presidência da República). Disponível em: <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1266710-7823-MERCOSUL+E+UNIAO+EUROPEIA+VOLTAM+AS+NEGOCIACOES+COMERCIAIS,00.html>. Acesso em: 22/05/2010.

PAMPLONA, J. B; FONSECA, J. F. A. **Avanços e Recuos do Mercosul:** Um balanço recente dos seus objetivos e resultados. Caderno PROLAM. V. 01. Ano: 2009. Pp: 07 – 23.



PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2ª edição. 2006.

PINTO, M. **Fontes jornalísticas**: contributos para o mapeamento do campo. Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), Ano: 2000. Pp: 277-294.

RUIZ, J. B. **O MERCOSUL**: Reflexões sobre a Crise de seu Modelo de Integração e seu Relançamento. Caderno PROLAM. Ano 06. V. 01. Ano: 2007. Pp: 187-209.

SABADA, M. T. **Framing: La clasificación de las noticias. El binômio terrorismo – Medios de Comunicación**. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2007.

SANT'ANNA, F. **América Latina – um tema fora da pauta**. Uma análise sobre o papel da mídia impressa brasileira no processo de integração latino-americana. V Seminário Internacional Comunicação e Sociedade, 2001.

SANTOS, R. “Práticas produtivas e relacionamento entre jornalistas e fontes de informação”. Em Nelson Traquina, Ana Cabrera, Cristina Ponte e Rogério Santos *O estudo do jornalismo português em análises de caso*, Caminho, Lisboa, 2001.